

**УДК 347.77.043**

**О. П. Косенко,**  
д.е.н., доцент,  
Національний технічний університет «ХПІ»,  
Харків

## **ОЦІНКА КОМЕРЦІЙНОЇ ПЕРСПЕКТИВНОСТІ ТЕХНОЛОГІЙ**

Успіх комерціалізації технологій у вирішальною мірою визначається початковим відбором найперспективніших продуктів чи технологій, у яких потім концентруються людські і фінансові ресурси. Останніми роками оцінка, що у основі такої відбору, стає дедалі професійною процедурою, заснованою на комплексному судженні про перспективи інноваційного проекту (чи базовий напрямок інноваційної компанії). Відповідні прийоми і справжні інструменти дістали назву оцінки технологій (technology assessment) чи технологічного аудиту (technology assessment). У сучасному розумінні експертиза проектів комерціалізації технологій здійснюється у вигляді змістовної, якісної або кількісної оцінки об'єкта, призначеного для використання при прийнятті управлінських рішень. Різноманіття методик застосування робить достатньо гнучким використовувани на практиці інструментарій.

На наш погляд, досить привабливим з методичної та наукової точок зору для вирішення завдань комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій є методика LIFT. Вона будується за модульним принципом і складається з 10 розділів, що дозволяють оцінювати різні сторони інтелектуально-інноваційних технологій. До складу методики входять наступні розділи :

1. Загальні відомості про проект комерціалізації інтелектуально інноваційної технології та організації , яка володіє правами на неї.
2. Опис стадії розвитку проекту комерціалізації даної технології.
3. Розрахунок і обґрунтування науково-технологічного потенціалу інтелектуальної технології з точки зору технічного прогресу і підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції на ринку.
4. Розрахунок і обґрунтування комерційного потенціалу технології з точки зору окупності витрат та отримання прибутку.
5. Правова оцінка об'єктів інтелектуальної власності , що входять до складу даного технологічного продукту , та стратегії її використання.
6. Кадровий потенціал організації - власника технології .
7. Відповідність технологічного продукту міжнародним стандартам.
8. Рівень взаємодії підприємства з можливими партнерами по комерціалізації або з технологічними брокерами.
9. Рівень менеджменту організації та комерційна готовність технологічного продукту до просування на ринок.
10. Розрахунок економічного ефекту від комерціалізації інтелектуально інноваційної технології .

Методика LIFT передбачає бальну оцінку проекту комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій по кожному з десяти зазначених вище індикаторів (рекомендується використовувати оціночну шкалу від 1 до 5). Бал по кожному індикатору можна визначити за допомогою карти оцінки проекту, в якій описані критерії оцінки проекту по кожному індикатору на той чи інший бал. Це експертна оцінка, яка приймається колективно всіма експертами, які беруть участь в аналізі. Після того, як бал по кожному індикатору визначений, розраховується сума балів по групі індикаторів привабливості проекту. Максимальна сума балів, яку може отримати проект комерціалізації інтелектуальної технології, 50 (десять індикаторів по п'ять балів).

На нашу думку, індикатори, що визначають ризики проекту комерціалізації технології, грають роль тільки тоді, коли їх значення становить 2 або 1 бал. Якщо значення такого індикатора 3 бали і вище, то проект за даним індикатором можна віднести до не ризикувати. Однак якщо індикатор має значення 2, то з суми, отриманої по групі індикаторів привабливості проекту, віднімається 1 бал, а якщо значення індикатора дорівнює 1, то з названої суми віднімається 3 бали. Таким чином, проект, який набрав максимальну суму балів за привабливістю (50), може в підсумку отримати негативну оцінку (-10), якщо всі 20 індикаторів, що характеризують ризик цього проекту, будуть мати значення, рівне 1. Якщо підсумкова сума балів після вирахування дорівнює 40 і більше, то проект є пріоритетним - його реалізація може бути розпочата вже зараз. Якщо підсумкова сума балів між 25 і 40, то проект є перспективним - над ним ще потрібно працювати. Якщо підсумкова сума балів менше 25, то проект є проблемним - у нього набагато більше недоліків, ніж переваг.

Підсумкова експрес-оцінка великою мірою залежить від результатів кожної стадії аналізу. Потому, як у попередньому етапі виявлено потенційний ринок, щодо легко визначити можливих споживачів цього ринку, і навіть виробників аналогічних або близьких до базового продуктів. Компанії, що виробляють схожі продукти, це найкращі джерела необхідної комерційної інформації, пов'язаної з аналізованим винаходом (розробкою), ця інформація матиме загальний (глобальний) характер, оскільки дані першоджерела знають ще й міжнародний ринок свого продукту.

#### Література

1. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолоник Р.Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.

2. Косенко О.П. Розвиток методичних засад проведення технологічного аудиту об'єктів інтелектуальної власності з використанням методики «Lift» та методу «Таме» / О.П.Косенко // Гармонізація законодавства України з питань інтелектуальної власності щодо законодавства Європейського союзу: збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції

молодих вчених та студентів з проблем інтелектуальної власності (Маріуполь, 13-14 вересня 2013 року).- Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2013.- С. 63-71.

3. Перерва П. Г. Антикризовий моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянський // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С. 46–50.

4. Перерва П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П.Г.Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій . – 2011. – № 4(1). – С. 55-66.

5. Перерва П.Г. Антикризові інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика / П.Г.Перерва, А.В.Косенко, О.П.Косенко // Вісник Нац.техн.ун-ту "ХПІ" : зб.наук.пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 25. – С. 100-106.

6. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорелова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – 1080 с.

7. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.

8. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г. Перерва, Н.П. Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – №4 (60). – С. 116-120.

9. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. - Ростов н / Д: Феникс, 2003. - 592 с. (Серия «Психология бизнеса»)

10. Перерва, П.Г. Трансфер технологій : монографія / [П.Г. Перерва, Д. Коциски, Д. Сакай, М. Верешне Шомоши]. – Х. : Віровець А.П. «Апостроф», 2012. – 668 с.